

¿Podrán Levi's y Swarovski compartir el mismo suelo?

Llegan a España las franquicias multinmarca para ahorrar en costes

P.Z.

BARCELONA. Juntos pero no revueltos. Así empezarán a organizarse las franquicias españolas que necesitan ahorrar costes y mejorar su rentabilidad en los próximos años ante las dificultades de financiación con que se encuentran cada vez más los franquiciados. "Es un espacio unificado para marcas asociadas que podrán exponer sus productos de forma independiente y cada una podrá utilizar las últimas tendencias en diseño y *merchandising*", explica Alfredo Martín, presidente de Amicca, la asociación que ha puesto en marcha la iniciativa, y uno de los directores de expansión de Adolfo Domínguez. Esta será una de las principales novedades que se presentarán en el Salón Negocios&Franquicias, que empieza mañana en Barcelona.

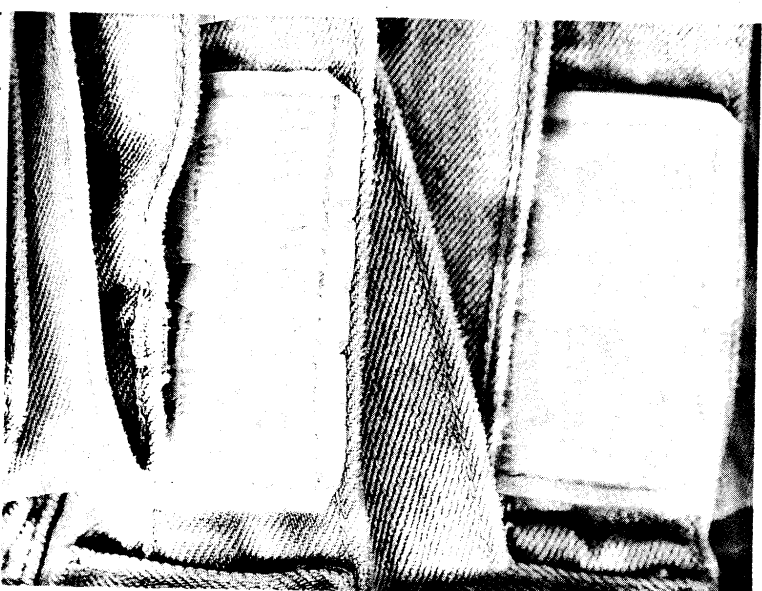
La nueva tienda multinmarca se denominará *Lufft shop in shop* y Martín calcula que se abrirán entre dos y tres en los próximos dos años. Amicca se encargará de ponerla en marcha y sólo los socios de esta organización, entre los que destacan algunos como Mango, Haagen-Dazs, General Óptica, Levi

Strauss, Swarovski o las peluquerías Jean Louis David, pueden acceder a estos espacios. El primero de las nuevas tiendas de franquicias se abrirá en Castilla - La Mancha. La tienda multifranquicia del futuro tendrá entre 1.000 y 2.300 metros cuadrados, "según la normativa de espacios comerciales de cada comunidad autónoma", y contará con al menos 10 operadores. Las marcas de moda son, en un principio, las que más posibilidades tienen de ocupar estos espacios.

Los beneficios

"Si se alquila un local de 60 metros cuadrados en un centro comercial, el metro cuadrado puede costar entre 70 y 80 euros pero si alquilas 1.500 metros cuadrados, el precio es de 10 euros por metro". Así explica Martín uno de los beneficios de esta nueva iniciativa ya que el precio de los locales es otro de los handicaps. De esta manera el metro cuadrado saldrá más barato tanto para las marcas como para los franquiciados.

Además, el hecho de funcionar bajo el mismo techo les permitirá



La marca de pantalones vaqueros puede optar a estos espacios. elEconomista

Entre los beneficios de esta opción multinmarca están el ahorro en costes fijos y en el alquiler de los locales

ahorrar en costes de explotación y en los gastos de cada día, como luz, agua o incluso el aire acondicionado.

Lejos de ser la única novedad en el sector de las franquicias, esta modalidad de comercialización vivirá

A fondo

Hasta el próximo viernes, más de 20.000 visitantes pasarán por Fira de Barcelona para observar las tendencias en el sector de las franquicias y, sobre todo, para buscar una oportunidad de negocio. Sin embargo no sólo particulares, si no también cajas de ahorro y bancos a la búsqueda de franquiciados y marcas que necesitan un 'tempujoncito' económico. Sin embargo, este año la presencia de estas entidades no será tan brillante como en años anteriores, "las condiciones para financiar ya no son las que eran y, aunque las franquicias, sobre todo las de restauración, son un buen refugio, la verdad es que no hay tanta alegría como en otras ocasiones", aseguran desde una de las entidades catalanas que acuda anualmente a la cita.

algunos cambios más para adaptarse a "las necesidades de los franquiciados", asegura Francisco Martín Piras, presidente del Salón y de la compañía MRW. Entre ellas, el aumento de las franquicias de servicios, animales domésticos y ropa infantil, y el capital riesgo, que seguirá realizando operaciones en el sector para sacar rentabilidad.

Xavier Vallhonrat, presidente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), apunta que la crisis abre un nuevo panorama a las franquicias "para acceder a locales comerciales más baratos" y que,

igual que lo hizo durante la crisis del 93, en esta ocasión la franquicia también saldrá reforzada.

La escalera del inmobiliario

El sector no crece al ritmo de años anteriores pero sí ha dado un pequeño estirón del 5%. Sin embargo, no todas van hacia arriba. Las franquicias inmobiliarias han sufrido este año para seguir abiertas. En el último año, han cerrado 650 de estos establecimientos y han facturado un 13 por ciento menos para sobrepasar a duras penas los 900 millones de euros.